

TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA SEA WORLD INDONESIA

Darmaningsih¹, Popong Nurhayati², Anna Fatchiya³

ABSTRACT

The existence of a tour object is affected by the amount of the incoming visitor. Sea World Indonesia as one of the wisata aquatik objects in Indonesia also has to be able to see visitors as a determining factor and as a main priority. It means without the visitors, the existence of the tour object means nothing. Therefore the best service and the adequate medium in enjoying Sea World Indonesia deserve an attention from the company it self. This research is aimed to identify any kinds of attribute that satisfied the visitors, how big is the satisfaction level of the visitors and the priorities that must be conducted by the company. The research method used in this research is a case study with the visitors of Sea World of Indonesia as the set of the case and the visitor's satisfaction level Sea World Indonesia as the object researched.

The validity test and reliabilities test is done to see the validity and the reliability of the questioner as a main instrument of a data intake. Data analyze method used is Descriptive Analysis, Cochran Q Test Analysis, Importance and Performance Analysis. Result of the research showed that there are fourteen attributes that is capable to give satisfaction to the visitors which is; the diversity of the sea aquarium attribute, the diversity of the freshwater aquarium, the main aquarium, the dugong aquarium, the touch pool, the nameplate of each species, the incoming ticket price, the sanitation of the location, the freshness of the location, the security of the location, the security officer, the toilet, the parking area and the access to the location. The incoming ticket price attribute, the diversity of the freshwater aquarium and the parking area gives a low satisfaction. The attribute of sea aquarium diversity, the main aquarium, the species nameplate, the freshness of the location, the toilet and the access to the location showed medium satisfaction level. The dugong aquarium attribute, the touch pool, the sanitation of the location, the security of the location and the security officer have given high satisfaction for the visitors of Sea World Indonesia.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kekayaan sumberdaya di Indonesia baik itu sumberdaya alam, sumberdaya manusia dan sumberdaya buatan memberikan daya tarik tersendiri bagi perkembangan pariwisata Indonesia. Pariwisata Indonesia sebagai salah satu sektor yang memberikan sumbangan devisa negara mengalami perkembangan yang fluktuatif dari tahun ke tahun (BPS 2005). Upaya pengembangan pariwisata yang tidak bergairah di Indonesia sejak awal 1990-an dianggap telah membuahkan hasil yang menggembirakan, tetapi hanya dalam hitungan tahun kondisi tersebut tidak dapat dipertahankan. Pada tahun 1997 krisis moneter yang terjadi di wilayah Asia Tenggara juga memberikan imbas bagi dunia pariwisata Indonesia. Ketidakstabilan kondisi keamanan negara mulai awal tahun 2000-an yang ditandai dengan teror bom yang sempat mengancam tentu saja menambah deretan kekhawatiran bagi para wisatawan mancanegara untuk datang berkunjung. Pada tahun 2000 terjadi kenaikan jumlah wisatawan mancanegara sebesar 6,65%. Kenaikan ini terus terjadi hingga tahun 2001 walaupun hanya sebesar 1,73% (BPS 2005)

Membangun sektor pariwisata Indonesia yang berkesinambungan diperlukan adanya kerjasama yang saling mendukung antara satu sektor dengan sektor lainnya. Salah satu sektor yang berkaitan erat adalah sektor perikanan dan kelautan. Dengan garis pantai sepanjang 81.000 km dan terdiri dari 18.000 pulau memberikan nilai tambah bagi sektor pariwisata di Indonesia. Begitu banyak

¹ Alumni Departemen Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan IPB

² Staf Pengajar Departemen Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan IPB

³ Staf Pengajar Departemen Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan IPB

produk yang dapat ditawarkan dari sektor ini baik berupa barang maupun jasa. Salah satu produk sektor perikanan dan kelautan yang memiliki potensi adalah jasa wisata akuatik. Wisata ini memberikan alternatif baru bagi dunia hiburan Indonesia. Karena wisata akuatik tidak hanya memberikan keindahan dunia diatas permukaan air tetapi juga keindahan dunia bawah air, baik perairan darat maupun laut. Selain itu kini dengan wisata akuatik tidak lagi hanya menampilkan keindahan fisik saja tetapi juga memberikan kualitas pelayanan layaknya industri jasa lainnya. Jasa wisata akuatik mungkin masih terdengar asing untuk khalayak ramai, tapi ternyata salah satu alternatif hiburan ini mampu memberikan pesona tersendiri bagi masyarakat yang tidak hanya mencari sebuah hiburan tetapi juga penyampaian unsur pendidikan.

Sea World Indonesia sebagai pionir objek wisata akuatik di DKI Jakarta yang mengemas secara unik objek wisata yang ditawarkannya, mampu memadukan antara keindahan dunia bawah laut dengan pembelajaran aktif bagi pengunjungnya. Sea World Indonesia tidak sekedar menawarkan hiburan saja, tetapi juga memberikan manfaat bagi pengunjungnya terutama anak-anak. Paket 3E yaitu *entertainment, education, and ecology* yang ditawarkan SeaWorld Indonesia menjadikan Sea World Indonesia sebagai salah satu perusahaan jasa wisata yang potensial untuk terus dikembangkan, terutama di tengah padatnya kehidupan kota metropolitan.

Perumusan Masalah

Fluktuasi kunjungan wisatawan domestic maupun wisatawan asing ke objek wisata Sea World Indonesia disamping terkait dengan terjadinya krisis ekonomi, juga dapat terkait dengan tingkat kepuasan pengunjung. Hal ini terjadi karena jika pengunjung merasa puas maka memungkinkan terjadi kunjungan ulang tetapi jika tidak maka pengunjung tidak akan datang kembali.

Rumusan masalah yang akan dipecahkan dalam penelitian ini adalah :

1. Atribut apa saja yang mempengaruhi kepuasan pengunjung objek wisata Sea World Indonesia?
2. Berapa besar tingkat kepuasan pengunjung objek wisata Sea World Indonesia?
3. Prioritas apa yang dapat diputuskan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung objek wisata Sea World Indonesia ditinjau dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pengunjung?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi dan menganalisa atribut yang mempengaruhi kepuasan pengunjung objek wisata Sea World Indonesia, menganalisa tingkat kepuasan pengunjung objek wisata Sea World Indonesia dan menentukan prioritas perbaikan terhadap atribut jasa Sea World Indonesia untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

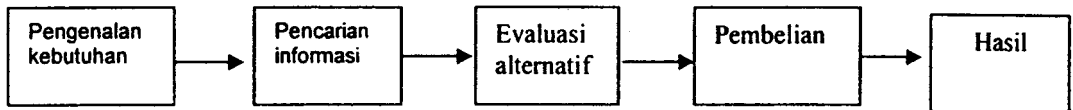
TINJAUAN PUSTAKA

Rekreasi adalah kegiatan pasif dan aktif yang dilakukan dengan bebas dan kreatif didalam waktu senggang, sebagai selingan pekerjaan sehari-hari sesuai dengan bakat dan kegemarannya yang menimbulkan kegembiraan dan kepuasan untuk memperoleh keseimbangan. Wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya (Soekadijo 2000). Wisata bahari atau tirta adalah jenis wisata minat khusus yang memiliki aktivitas yang berkaitan dengan air (baik perairan darat maupun perairan laut) baik di atas permukaan maupun kegiatan yang dilakukan di bawah permukaan (DKP 2002). Sea World Indonesia mampu memanfaatkan keindahan dunia bawah permukaan perairan, hanya saja keindahan tersebut diwujudkan dalam bentuk kehidupan minatur bawah laut dalam bentuk akuarium laut.

Sebuah perusahaan dapat mencapai tujuannya hanya dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen serta mampu memenuhinya dengan cara yang lebih efisien dan efektif dibanding pesaing, untuk itulah perusahaan harus memahami betul siapa pasar sasarannya, sekaligus bagaimana mereka berperilaku. Menurut Simamora (2002) perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi dan menghabiskan produk. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor lingkungan, faktor perbedaan individu dan faktor psikologis (Engel, Roger, Paul 1995). Faktor pertama yaitu faktor lingkungan terdiri atas budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi. Kedua, faktor perbedaan individu meliputi sumberdaya konsumen, motivasi dan

keterlibatan, pengetahuan, sikap kepribadian, gaya hidup dan demografi, sedangkan faktor ketiga yaitu faktor psikologis terdiri dari pengolahan informasi, proses belajar, perubahan dan sikap.

Keputusan konsumen yang dilaksanakan dalam bentuk tindakan membeli tidak muncul begitu saja melainkan melalui tahapan tertentu. Menurut Kottler (2000) proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen melalui lima tahap (Gambar 1). Tahap pertama adalah pengenalan masalah. Selanjutnya tahap pencarian informasi yang diikuti dengan evaluasi alternatif. Kemudian tahap keputusan pembelian dan diakhiri dengan perilaku pasca pembelian, dimana keputusan membeli lagi atau tidak tergantung dari tingkat kepuasan yang didapat dari barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Model ini menekankan bahwa proses pembelian bermula sebelum pembelian dan berakibat jauh setelah pembelian.



Gambar 1. Tahapan Pengambilan Keputusan Konsumen
Sumber Kottler 2000

Satisfaction adalah kata dari bahasa latin, yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan, sehingga produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup (Irawan 2002). Pada dasarnya pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan (Kottler 2002). Rangkuti (2002) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai respon konsumen terhadap ketidakesesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Umar (2003) mengemukakan ada empat faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu mutu produk atau jasa pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan dan nilai-nilai perusahaan. Menurut Zabidi (2002) ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk atau jasa, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga dan biaya dalam mendapatkan produk. Irawan (2002) menyatakan seorang konsumen/pelanggan yang puas adalah pelanggan yang mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* tersebut bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa, bahkan pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain (Irawan 2002).

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Oleh karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan (Rangkuti 2002). Menurut Zeithami *et. al.* dalam Umar (2003) dimensi kualitas jasa dapat dibagi ke dalam lima jenis. Dimensi pertama adalah keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Kedua adalah dimensi kesigapan (*responsiveness*), dimensi ini merupakan respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

Ketiga adalah jaminan (*assurance*), dimensi ini meliputi kemampuan karyawan atau pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas karamah tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dimensi ini merupakan gabungan dari sub dimensi kompetensi (*competence*), kesopanan (*courtesy*) dan kredibilitas (*credibility*). Dimensi selanjutnya adalah empati (*emphaty*), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Dimensi ini dibangun dari sub dimensi akses, komunikasi dan pemahaman pada pelanggan. Terakhir adalah dimensi bentuk (*tangibles*), dimana dimensi ini meliputi penampilan fisik, peralatan, personel dan alat-alat komunikasi dari jasa yang ditawarkan.

Atribut objek memiliki pengertian sebagai karakteristik yang membedakan merek atau produk dari yang lain (Simamora 2002). Dapat dikatakan juga atribut sebagai faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembelian suatu merek ataupun kategori produk yang melekat pada produk atau menjadi bagian produk itu sendiri (Simamora 2002).

Produk wisata adalah unsur-unsur kepariwisataan baik berupa pelayanan dan fasilitas-fasilitas wisata serta kemudahan-kemudahan maupun atraksi wisata yang dapat dinikmati wisatawan selama berwisata, sejak mulai meninggalkan tempat tinggalnya sampai kembali lagi (Asfari 2000). Atribut wisata dapat berupa banyak hal yang terkait dengan wisata itu sendiri ataupun hal-hal yang menonjol dari wisata itu sendiri. Atribut dapat berupa dimensi jasa atau apa saja yang dipertimbangkan dalam keputusan untuk membeli produk wisata tersebut. Untuk wisata akuatik atribut-atribut antara lain berupa keindahan, kenyamanan, kebersihan, atraksi wisata, harga tiket, keamanan, pemandu wisata, areal parkir dan fasilitas pelengkap seperti toilet, rumah makan serta tempat ibadah.

METODOLOGI

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Menurut Umar (2003) studi kasus adalah penelitian yang dikaji secara spesifik, mendalam dan menyeluruh atas objek tertentu yang biasanya relatif kecil selama kurun waktu tertentu. Satuan kasus yang digunakan adalah pengunjung objek wisata Sea World Indonesia dengan objek yang diteliti adalah tingkat kepuasan pengunjung Sea World Indonesia.

Data yang digunakan diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengisian kuisisioner yang dilakukan dengan teknik wawancara kepada pengunjung Sea World Indonesia, wawancara dengan pihak manajemen yang diwakili oleh *Executive Marketing* PT Sea World Indonesia, beberapa staff *Education Guide* dan melalui pengamatan langsung terhadap perilaku pengunjung dan kondisi objek wisata Sea World Indonesia secara keseluruhan. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari studi pustaka dan instansi-instansi yang terkait yaitu pihak PT Sea World Indonesia.

Metode Pengambilan Contoh

Metode pengambilan contoh dilakukan dengan menggunakan *accidental sampling method*. Pada penelitian ini contoh yang diambil sebanyak 100 orang pengunjung yang berada di objek wisata Sea World Indonesia. Fauzi (2001) menyatakan bahwa metode ini lebih didasarkan pada kesesuaian (misalnya waktu dan tempat) dari peneliti. Landasannya adalah karakteristik responden yang heterogen dari populasi yang bersifat tidak terbatas.

Pengukuran Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan instrumen (Simamora 2002). Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Pengujian validitas kuisisioner dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan rumus (Umar 2003) :

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana: r = Koefisien korelasi
 X = Skor pernyataan ke-i
 Y = Skor total
 N = Jumlah responden

Uji validitas kuisisioner dilakukan pada bulan April 2005 Nilai r_{tabel} dengan N = 30 pada selang kepercayaan 95% diperoleh sebesar 0.361. Dari hasil uji validitas r_{hitung} yang diperoleh terdapat 22 pertanyaan valid dan 6 pertanyaan tidak valid.

Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuisisioner. Kuisisioner yang reliabel adalah kuisisioner yang apabila dicobakan berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama (Simamora 2002). Untuk mencari reliabilitas kuisisioner digunakan rumus Alpha. Menurut Umar (2003) dapat dihitung dengan cara berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right)$$

Dimana: r_{11} = Reliabilitas instrumen
 K = Banyaknya butir pertanyaan
 σ_i^2 = Banyaknya varians total
 $\sum \sigma_b^2$ = Banyaknya varians butir

Berdasarkan hasil perhitungan dengan sampel sebanyak 30 responden, jumlah butir pertanyaan sebanyak 28 pertanyaan, pada tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai r_{hitung} sebesar 0.9253, sedangkan nilai r_{tabel} yang diperoleh sebesar 0.349. Karena r_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari r_{tabel} maka hasil uji terhadap kuisioner dapat dikatakan reliabel atau kuisioner dapat dapat diandalkan.

Metode Analisis Data

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat karakteristik umum pengunjung Sea World Indonesia. Adapun variabel yang dilihat adalah jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan perbulan, tujuan berkunjung ke Sea World Indonesia, frekuensi kunjungan, cara pengambilan keputusan dan sifat dari kunjungan.

Mengetahui atribut mana yang valid dan sah mempengaruhi kepuasan pengunjung dilakukan uji dengan *Cochran Q test* dengan rumus sebagai berikut (Simamora 2002):

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_i C_i^2 - \left(\sum_i C_i \right)^2 \right]}{k \sum_i R_i - \sum_i R_i^2}$$

Dimana: k = derajat bebas; C_i = atribut ke-i; R_i = total nilai untuk atribut ke-i

Importance and Performance Analysis digunakan untuk melihat tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari atribut Sea World Indonesia. Pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode skala *likert*. Skala *likert* berhubungan dengan pernyataan atau sikap terhadap setiap pertanyaan dengan memilih salah satu dari kelima pilihan penilaian terhadap sesuatu (Emory dan Cooper 1996 dalam Supranto 2001). Dalam penelitian ini skala yang digunakan terdiri dari :

- Sangat penting (sp) dan Sangat puas (sp) diberi bobot 5
- Penting (p) dan Puas (p) diberi bobot 4
- Cukup penting (cp) dan Cukup puas (cp) diberi bobot 3
- Kurang penting (kp) dan Kurang puas (kp) diberi bobot 2
- Tidak penting (tp) dan Tidak puas (tp) diberi bobot 1

Secara matematis rumus yang digunakan untuk mendapatkan bobot nilai setiap atribut adalah sebagai berikut:

$$N_s = \sum (N_j \cdot xN_i)$$

Dimana: N_s = Bobot nilai sikap yang diberikan responden terhadap masing-masing atribut
 N_j = Jumlah jawaban responden dari setiap atribut
 N_i = Nilai masing-masing responden dari setiap atribut

Untuk menentukan rentang skala sikap responden pada penelitian ini dibuat skala numerik dengan rumus:

$$R_s = \frac{(m - n)}{b}$$

Dimana: R_s = Rentang skala n = Skor terendah
 m = Skor tertinggi
 b = Jumlah kelas yang mungkin (dalam hal ini ada 5 kategori sebagai kelas)

Rentang skala sikap digunakan untuk menentukan sikap responden terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dari atribut, pada Tabel 1 dapat dilihat Rentang Skala Indeks Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Atribut Sea World Indonesia.

Tabel 1. Rentang Skala Indeks Kepentingan dan Tingkat Kinerja Atribut Sea World Indonesia

No	Rentang Skala	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1	1.00-1.79	Tidak Penting	Tidak Puas
2	1.80-2.59	Kurang Penting	Kurang Puas
3	2.60-3.39	Cukup Penting	Cukup Puas
4	3.40-4.19	Penting	Puas
5	4.20-4.99	Sangat Penting	Sangat Puas

Sumber : Data Primer 2005

Selain untuk menentukan sikap responden terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, rentang skala sikap juga digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pengunjung Sea World Indonesia.

Tabel 2. Tingkat Kepuasan Pengunjung Sea World Indonesia

No	Indeks Kepuasan	Tingkat Kepuasan
1	3,28-3,44	Rendah
2	3,45-3,61	Sedang
3	3,62-3,78	Tinggi

Sumber : Data Primer 2005

Menurut Rangkuti (2002), perhitungan indeks kepentingan dan indeks kinerja dari atribut menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X}_i = \frac{Ns}{n} \qquad \bar{Y}_i = \frac{Nk}{n}$$

Dimana: \bar{X}_i = Nilai indeks kinerja terhadap atribut ke-i

\bar{Y}_i = Nilai indeks kepentingan terhadap atribut ke-i

Ns = Jumlah total skor tingkat kinerja atribut ke-i

Nk = Jumlah total skor tingkat kepentingan atribut ke-i

Perhitungan nilai skor rata-rata digunakan rumus (Martilla dan James diacu dalam Ginting 2000) sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{k} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{k}$$

Dimana: \bar{X} = Jumlah total nilai indeks kinerja terhadap atribut ke-i

\bar{Y} = Jumlah total nilai indeks kepentingan terhadap atribut ke-i

\bar{X} = Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja perusahaan

\bar{Y} = Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan konsumen

k = Jumlah atribut

Perhitungan terhadap indeks kepentingan pengunjung dan skor rata-rata dari indeks kepentingan selanjutnya dimasukkan kedalam diagram kartesius yang terdiri dari empat kuadran. Dimana \bar{X} adalah rata-rata dari rata-rata bobot tingkat kinerja perusahaan. Kemudian \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata bobot tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

1. Kuadran I, *Prioritas Utama*

Memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya kinerja dari atribut belum sesuai seperti yang diharapkan. Atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan kinerjanya.

2. Kuadran II, *Kekuatan Perusahaan*

Memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kepuasan relatif lebih tinggi. Variabel-variabel dalam kuadran ini harus dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa unggul dimata pelanggan.

3. Kuadran III, *Prioritas Rendah*

Memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan lagi karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

4. Kuadran IV, *Berlebihan*

Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang berada pada kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Sea World Indonesia

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh perbandingan yang sama antara laki-laki dan perempuan sebesar 50%. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada jenis kelamin yang mendominasi, karena kedatangan pengunjung pada hari libur lebih didominasi oleh keluarga, baik keluarga inti maupun keluarga besar dan pada setiap kelompok memiliki perbandingan yang kecil antara laki-laki dan perempuan.

Kategori usia yang digunakan adalah usia dewasa secara ekonomi (Kasali 2000) yang terbagi kedalam lima kategori yaitu 17-23 tahun (masa transisi), usia 24-30 tahun (masa pembentukan keluarga), usia 31-40 tahun (masa peningkatan karir), usia 41-50 tahun (masa kemapanan) dan usia 51-65 tahun (masa persiapan pensiun). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh usia 17-23 tahun sebanyak 27 %, usia 24-30 tahun sebanyak 31%, usia 31-40 tahun sebesar 39%, usia 41-50 tahun sebesar 1% dan usia 51-65 tahun sebesar 2%.

Tingkat Pendidikan formal responden dibagi menjadi empat kategori. Dari hasil penelitian diperoleh sebanyak 5% responden memiliki tingkat pendidikan SMP/ sederajat, 50% responden berada pada tingkat pendidikan SMU/ sederajat, terdapat 18% responden memiliki tingkat pendidikan Diploma/ sederajat dan sebanyak 27% responden memiliki tingkat pendidikan Sarjana/ sederajat.

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pekerjaan dibagi kedalam enam kategori. Hasil penelitian menunjukkan responden sebagai ibu rumah tangga sebanyak 6%, mahasiswa/ pelajar sebanyak 25%, PNS sebanyak 19%, karyawan swasta sebanyak 48%, wiraswasta sebanyak 1% dan pensiunan sebanyak 1%. Responden karyawan swasta memiliki persentase terbesar berdasarkan kategori pekerjaan.

Dilihat dari pendapatan responden per bulan diperoleh hasil bahwa rata-rata pendapatan dari 100 responden Sea World Indonesia sebesar Rp 1.773.700. Jika pendapatan responden dibandingkan dengan UMP DKI Jakarta sebesar Rp 711.843 (BPS 2005) maka diperoleh hasil sebanyak 24 responden memiliki pendapatan dibawah nilai UMP, sedangkan sebanyak 76 responden memiliki pendapatan diatas nilai UMP. Dapat dikatakan rata-rata responden yang berkunjung ke objek wisata Sea World Indonesia adalah merupakan penduduk yang sudah dapat memenuhi kebutuhan pokok sebelum responden memenuhi kebutuhan tersier akan hiburan.

Hasil penelitian terhadap 100 responden didapat 27 daerah asal pengunjung, berasal dari 21 daerah di Indonesia dan 6 negara lain. Wisatawan mancanegara berasal dari Australia sebanyak 1%, Austria sebanyak 2%, Belgia sebanyak 1%, Inggris ada 1%, Jerman sebanyak 2% dan Saudi Arabia sebanyak 2%. Untuk wilayah Indonesia berasal dari Bandung sebanyak 5%, Bekasi 8%, Bogor sebanyak 8%, Cirebon 2%, Depok 3%, Jakarta Barat sebanyak 6%, Jakarta Pusat sebanyak 7%, Jakarta Selatan 16%, Jakarta Timur sebanyak 7%, Jakarta Utara 9%, Kalimantan ada 1%, Kendari

1%, Lombok 1%, Magelang sebanyak 1%, Medan 1%, Salatiga sebanyak 2%, Semarang 5%, Serang 2%, Solo sebanyak 3%, Surabaya 1% dan Tangerang sebanyak 2%.

Hasil wawancara menunjukkan pengunjung yang memiliki tujuan belajar saat berkunjung sebanyak 12 orang (12%), sedangkan pengunjung yang memiliki tujuan untuk berekreasi terdapat sebanyak 88 orang (88%). Motivasi yang mendasari kedatangan pengunjung terbesar adalah untuk berekreasi, sedangkan sisanya menyatakan untuk belajar.

Hasil penelitian berdasarkan frekuensi kunjungan menunjukkan responden dengan frekuensi kunjungan 1-2x sebanyak 56 orang (56%), 3-4x kunjungan sebanyak 31 orang (31%), 5-6x kunjungan terdapat 4 orang (4%), 7-8x kunjungan sebanyak 2 orang (2%) dan kunjungan lebih dari 9x ada sebanyak 7 orang (7%). Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa frekuensi kunjungan 1-2x memiliki persentase terbesar yaitu 56%.

Berdasarkan cara pengambilan keputusannya hasil penelitian menunjukkan keputusan yang diambil secara mendadak sebanyak 14 orang (14%) sedangkan pengambilan keputusan secara terencana sebanyak 86 orang (86%). Komposisi terbesar cara pengambilan keputusan yang diambil adalah terencana.

Atribut Sea World Indonesia yang Memberikan Kepuasan Bagi Pengunjung

Sebelum dilakukan uji pendahuluan, atribut Sea World Indonesia ditetapkan sebanyak 27 atribut. Atribut yang digunakan meliputi keragaman akuarium air laut, keragaman akuarium air tawar, akuarium utama, kolam sentuh, amphitheatre, akuarium duyung, toilet, tempat ibadah, toko souvenir, *foodcourt*, papan penunjuk arah di dalam lokasi, papan nama spesies, brosur, tempat duduk, musik, perpustakaan, pemandu wisata, petugas loket, petugas pintu masuk, satpam, harga tiket, kebersihan lokasi, kenyamanan lokasi, keamanan lokasi, akses menuju lokasi, areal parkir dan promosi. Setelah dilakukan pengujian diperoleh 14 atribut yang dianggap penting oleh responden sekaligus mampu mempengaruhi kepuasan pengunjung, atribut tersebut adalah keragaman akuarium air laut, keragaman akuarium air tawar, akuarium utama, akuarium duyung, kolam sentuh, papan nama setiap spesies, harga tiket masuk, kebersihan lokasi, kenyamanan lokasi, keamanan lokasi, satpam, toilet, areal parkir dan akses menuju lokasi.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Atribut Valid Sea World Indonesia

Perhitungan	Qhit	Qtab	Keputusan	Perhitungan	Qhit	Qtab	Keputusan
Hasil 1	143.04	38.88	Tolak Ho	Hasil 8	73.34	30.14	Tolak Ho
Hasil 2	130.34	37.65	Tolak Ho	Hasil 9	60.97	28.87	Tolak Ho
Hasil 3	119.94	36.42	Tolak Ho	Hasil 10	51.67	27.59	Tolak Ho
Hasil 4	109.28	35.17	Tolak Ho	Hasil 11	37.56	26.3	Tolak Ho
Hasil 5	102.45	33.92	Tolak Ho	Hasil 12	28.86	25	Tolak Ho
Hasil 6	91.01	32.67	Tolak Ho	Hasil 13	26.16	23.68	Tolak Ho
Hasil 7	82.54	31.41	Tolak Ho	Hasil 14	19.17	22.36	Terima Ho

Sumber : Data Primer 2005

Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Atribut-atribut Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Sea World Indonesia

Pelanggan dalam kasus ini adalah pengunjung Sea World Indonesia. Tingkat kepentingan pelanggan adalah seberapa penting suatu atribut bagi pelanggan atau seberapa besar harapan pelanggan terhadap kinerja suatu atribut. Dengan kata lain tingkat kepentingan adalah kinerja yang diharapkan oleh pelanggan (Rangkuti 2002). Tingkat kepuasan atau tingkat kinerja atribut yang dimaksud adalah kinerja aktual yang dirasakan oleh pengunjung Sea World Indonesia. Pelanggan akan merasa puas jika harapan yang diinginkan sesuai dengan kinerja yang dihasilkan oleh atribut tersebut.

Atribut Keragaman Akuarium Air Laut

Keragaman akuarium air laut merupakan gambaran keanekaragaman biota laut yang dipertunjukkan di Sea World Indonesia. Dari 100 orang responden yang diteliti, persentase terbesar sebanyak 64% menyatakan atribut ini penting, sedangkan 5% responden menyatakan cukup penting dan tidak ada yang menyatakan atribut tersebut kurang penting ataupun tidak penting. Nilai indeks yang didapat oleh atribut ini sebesar 4,26, menunjukkan bahwa atribut ini dianggap sangat penting bagi pengunjung. Tabel 4 menunjukkan penilaian pengunjung terhadap tingkat kepentingan keragaman akuarium air laut Sea World Indonesia.

Untuk keragaman akuarium air laut yang ditawarkan oleh pihak pengelola dinilai dari tingkat kinerja yang dihasilkan, persentase terkecil yaitu sebanyak 3% pengunjung menyatakan kurang puas. Untuk persentase terbesar sebanyak 50% pengunjung menyatakan puas atas kinerja atribut. Nilai indeks yang diperoleh sebesar 3,53 menunjukkan bahwa pengunjung sudah merasa puas. Tabel 4 menunjukkan penilaian pengunjung terhadap kinerja dari atribut keragaman akuarium air laut.

Atribut Keragaman Air Tawar

Keberadaan akuarium air tawar tidak terlepas dari tujuan dari pihak pengelola untuk menunjukkan kepada pengunjung sebuah perjalanan dari habitat air tawar hingga bermuara ke lautan. 100 responden yang diwawancarai mengenai atribut ini sebanyak 66% pengunjung menyatakan bahwa atribut ini penting dan persentase terkecil sebanyak 2% pengunjung menyatakan atribut kurang penting. Nilai indeks kepentingan yang diperoleh dari total skor sebesar 4,1 menunjukkan bahwa atribut keragaman akuarium air tawar dirasakan penting bagi pengunjung. Tabel 4 menunjukkan penilaian pengunjung terhadap atribut Sea World Indonesia.

Dilihat dari kinerja yang dihasilkan oleh atribut keragaman akuarium air tawar sebanyak 6% pengunjung menyatakan tidak puas, sedangkan persentase terbesar sebanyak 39% pengunjung menyatakan puas atas kinerja dari atribut. Nilai indeks yang diperoleh dari kinerja atribut sebesar 3,35 menunjukkan kinerja dari atribut cukup memuaskan pengunjung. Penilaian pengunjung terhadap kinerja dari atribut keragaman akuarium air tawar dapat dilihat pada Tabel 5.

Atribut Akurium Utama

Dilihat dari tingkat kepentingan atribut pengunjung yang menyatakan bahwa atribut penting memiliki persentase terbesar yaitu 55% pengunjung dan 3% pengunjung menyatakan bahwa atribut ini kurang penting. Nilai indeks yang diperoleh dari atribut ini sebesar 4,2 menyatakan bahwa atribut ini menjadi sangat penting bagi pengunjung. Penilaian terhadap kepentingan atribut dapat dilihat pada Tabel 4.

Penilaian yang diberikan pengunjung terhadap kinerja akuarium utama adalah sebanyak 6% pengunjung menyatakan tidak puas dan 35 orang pengunjung menyatakan puas atas kinerja atribut ini. Untuk nilai indeks dari kinerja atribut ini sebesar 3,61 menunjukkan bahwa kinerja dari atribut ini secara keseluruhan sudah memberikan kepuasan kepada pengunjung. Pada Tabel 5 dapat dilihat penilaian pengunjung terhadap atribut akuarium utama.

Atribut Akuarium Duyung

Akuarium duyung atau *Dugong dugon* menjadi salah satu wahana yang mampu menarik perhatian pengunjung. Duyung merupakan mamalia laut yang selalu dianggap sebagai salah satu spesies ikan di habitat laut. Sebanyak 1% pengunjung menyatakan bahwa atribut tersebut tidak penting dan persentase terbesar 55% pengunjung menjadikan akuarium duyung sebagai atribut yang penting. Nilai indeks yang diperoleh untuk tingkat kepentingan akuarium duyung sebesar 4,1 menunjukkan atribut penting diamata pengunjung. Tabel 4 menunjukkan penilaian tingkat kepentingan dari atribut akuarium duyung.

Dilihat dari tingkat kinerja yang dihasilkan oleh atribut akuarium duyung, sebanyak 37% responden menyatakan puas atas kinerja atribut dan 1% responden menyatakan tidak puas atas kinerja dari atribut akuarium duyung, sedangkan nilai indeks kinerja yang diperoleh atribut ini sebesar 3,7. Nilai tersebut berada pada rentang skala dimana kinerja dari atribut ini sudah memberikan kepuasan bagi pengunjung. Penilaian terhadap tingkat kinerja dari atribut akuarium duyung dapat dilihat pada Tabel 4.

Atribut Kolam Sentuh atau *Touch Pool*

Kolam sentuh atau dikenal juga sebagai kolam sahabat laut memiliki kelebihan dibandingkan wahana lain yang ada di Sea World Indonesia. Kolam sentuh tidak hanya menawarkan pemandangan beberapa jenis ikan air laut seperti Kepiting Tapal Kuda (*Mimi*), Bintang laut (*Archaster sp.*), Teripang (*Holothuria*), Penyu hijau (*Chelonia Mydas*), ikan Pari burung (*Aetobatus nari-nari*) dan ikan Hiu Sirip Hitam (*Charcharinus melanopterus*) tetapi pengunjung juga dapat menyentuh hewan-hewan tersebut asalkan sentuhan dilakukan dengan lembut dan biota tidak dikeluarkan dari air.

Hasil penelitian mengenai tingkat kepentingan dari atribut kolam sentuh menunjukkan, dari 100 responden terdapat 50% responden menyatakan bahwa atribut kolam sentuh menjadi penting bagi pengunjung dan sebanyak 4% responden menyatakan bahwa atribut ini kurang penting. Indeks tingkat kepentingan dari atribut ini yang dihasilkan sebesar 4,22. Dilihat dari skala tingkat kepentingan yang dihasilkan, nilai indeks yang diperoleh berada pada rentang skala sangat penting. Tabel 4 menunjukkan penilaian pengunjung terhadap tingkat kepentingan dari kolam sentuh.

Penilaian juga diberikan pengunjung terhadap tingkat kinerja dari atribut kolam sentuh. Sebanyak 2% responden menyatakan tidak puas atas kinerja atribut dan sebanyak 37% responden menyatakan bahwa atribut sudah memberikan kepuasan. Dilihat dari nilai indeks kinerja hasil yang diperoleh atribut ini sebesar 3,75 menunjukkan atribut sudah memberikan kepuasan bagi para pengunjung. Penilaian terhadap tingkat kinerja atribut kolam sentuh dapat dilihat pada Tabel 4.

Atribut Papan Nama Spesies

Hasil penelitian menunjukkan sebanyak 56% responden menyatakan bahwa atribut ini menjadi penting bagi pengunjung dan terakhir sebanyak 6% responden menyatakan bahwa atribut papan nama spesies menjadi cukup penting bagi pengunjung. Adapun nilai indeks tingkat kepentingan yang diperoleh atribut ini sebesar 4,32 menunjukkan atribut ini sangat penting bagi pengunjung. Penilaian terhadap tingkat kepentingan dari atribut ini dapat dilihat pada Tabel 4. Hasil penelitian juga didapat penilaian terhadap tingkat kinerja dari atribut papan nama spesies. Dari 100 responden yang diteliti 44% responden menyatakan puas terhadap kinerja atribut dan sebanyak 4% responden menyatakan bahwa kinerja dari atribut tidak memuaskan pengunjung. Nilai indeks kinerja yang diperoleh atribut ini adalah sebesar 3,55 berada pada rentang skala sudah memuaskan pengunjung. Tabel 4 menunjukkan hasil penilaian pengunjung terhadap tingkat kinerja atribut papan nama spesies di Sea World Indonesia.

Atribut Harga Tiket Masuk

Hasil penelitian menunjukkan sebesar 42% responden menyatakan bahwa atribut ini masih penting bagi pengunjung dan 1% responden menyatakan atribut ini tidak penting. Nilai indeks yang diperoleh untuk tingkat kepentingan atribut adalah sebesar 3,77. Nilai yang diperoleh menunjukkan bahwa untuk atribut harga tiket masuk masih dirasakan penting bagi pengunjung. Tingkat kepentingan dari atribut harga tiket masuk dapat dilihat pada Tabel 4.

Sebanyak 100 responden yang diteliti sebanyak 4% menyatakan tidak puas atas kinerja yang diberikan oleh atribut, sedangkan sebanyak 50% menyatakan kinerja atribut yang dirasakan sudah cukup memuaskan. Selain itu diperoleh juga nilai indeks kinerja dari atribut harga tiket sebesar 3,28, nilai tersebut berada pada skala dimana kinerja atribut dirasakan sudah cukup memuaskan pengunjung. Penilaian terhadap tingkat kinerja dari atribut harga tiket masuk dapat dilihat pada Tabel 4.

Atribut Kebersihan Lokasi

Kebersihan sebuah kawasan wisata tentunya akan sangat mempengaruhi kenyamanan pengunjung. Antara kebersihan dengan kenyamanan adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Kebersihan juga menjadi salah satu indikator dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 54% responden menyatakan bahwa atribut kebersihan menjadi sangat penting dan sebanyak 6 orang menyatakan atribut kebersihan menjadi cukup penting bagi pengunjung. Dilihat dari nilai indeks yang dihasilkan oleh atribut ini sebesar 4,48, menunjukkan bahwa atribut kebersihan menjadi sangat penting bagi pengunjung. Tabel 4 menunjukkan penilaian pengunjung terhadap tingkat kepentingan atribut kebersihan.

Dilihat dari tingkat kinerja yang dihasilkan oleh atribut kebersihan, sebanyak 6% responden menyatakan kebersihan di Sea World Indonesia masih kurang memuaskan, sedangkan sebanyak 55% responden menyatakan bahwa kebersihan lokasi sudah memuaskan. Jika dilihat dari nilai

indeks kinerja dengan nilai sebesar 3,69 menunjukkan bahwa kinerja dari atribut kebersihan sudah memuaskan pengunjung. Penilaian pengunjung terhadap tingkat kinerja atribut kebersihan lokasi dapat dilihat pada Tabel 4.

Atribut Kenyamanan Lokasi

Kenyamanan sebuah objek wisata merupakan faktor lain yang dicari pengunjung selain melihat bentuk fisik objek wisata tersebut. Atribut kenyamanan dijelaskan dari suasana yang menyenangkan yang ditawarkan oleh pihak Pengelola. Dari 100 orang responden yang diteliti, sebanyak 52% responden menyatakan bahwa atribut kenyamanan lokasi sangat penting bagi pengunjung, dan sebanyak 7% responden menyatakan kenyamanan lokasi menjadi cukup penting bagi pengunjung. Nilai indeks kepentingan yang diperoleh atribut ini sebesar 4,45 menunjukkan bahwa atribut menjadi sangat penting bagi pengunjung. Penilaian pengunjung terhadap tingkat kepentingan atribut kenyamanan lokasi dapat dilihat pada Tabel 4.

Hasil penelitian juga menunjukkan tingkat kinerja dari atribut kenyamanan lokasi. Sebanyak 50% responden menyatakan bahwa kinerja atribut dirasa sudah memuaskan pengunjung, tetapi bagi 8% responden kinerja dari atribut ini dirasa masih kurang memuaskan. Bahkan bagi satu orang pengunjung (1%) kinerja dari atribut ini tidak memuaskan sama sekali. Jika dilihat dari indeks kinerja yang diperoleh nilai sebesar 3,58 menunjukkan bahwa tingkat kinerja dari atribut ini sudah memuaskan pengunjung. Tabel 4 menunjukkan penilaian pengunjung terhadap tingkat kinerja atribut kenyamanan lokasi.

Atribut Keamanan Lokasi

Kondisi keamanan di Indonesia beberapa tahun terakhir sangat mempengaruhi kondisi pariwisata Indonesia. Keamanan yang dimaksudkan dalam hal ini adalah keamanan lokasi Sea World Indonesia. Sebanyak 100 responden yang diteliti, sebanyak 1% responden menyatakan bahwa atribut keamanan tidak penting, dan sebanyak 54% pengunjung menyatakan bahwa atribut menjadi sangat penting bagi pengunjung. Nilai indeks kepentingan yang diperoleh atribut ini sebesar 4,45 menunjukkan bahwa atribut keamanan menjadi sangat penting bagi pengunjung Sea World Indonesia. Tabel 4 menunjukkan penilaian pengunjung terhadap tingkat kepentingan keamanan lokasi Sea World Indonesia.

Dilihat dari tingkat kinerja yang dihasilkan oleh atribut persentase terbesar yaitu 54% responden menyatakan kinerja atribut dirasakan sudah memuaskan pengunjung dan 11% responden menyatakan kinerja dari atribut dirasakan sudah sangat memuaskan pengunjung. Nilai indeks yang diperoleh dari kinerja atribut ini sebesar 3,76. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kinerja dari atribut keamanan sudah dapat memuaskan pengunjung. Penilaian pengunjung terhadap tingkat kinerja atribut keamanan dapat dilihat pada Tabel 4.

Atribut Satpam

Satpam sebagai petugas keamanan suatu tempat mempunyai peranan untuk menjaga kelangsungan keamanan suatu tempat. Sea World Indonesia dalam hal ini juga memperhatikan satuan petugas keamanan yang bertanggung jawab atas keamanan lokasi. Hasil penelitian menunjukkan sebanyak 3% responden dan 44% responden menyatakan atribut satpam menjadi sangat penting bagi pengunjung. Indeks kepentingan yang dihasilkan oleh atribut ini sebesar 4,23. dilihat berdasarkan rentang skala tingkat kepentingan dari atribut, maka nilai indeks menunjukkan bahwa atribut menjadi sangat penting bagi mereka. Penilaian pengunjung terhadap tingkat kepentingan atribut Satpam dapat dilihat pada Tabel 4.

Penelitian juga dilakukan untuk melihat tingkat kinerja yang dihasilkan atribut satpam. Dari 100 orang responden yang diteliti, sebanyak 1% responden menyatakan kurang puas atas kinerja dari atribut dan 49% responden menyatakan sudah puas atas kinerja dari atribut. Untuk nilai indeks kinerja, atribut satpam memperoleh poin sebesar 3,62 menunjukkan bahwa atribut dinilai sudah memuaskan pengunjung. Penilaian pengunjung terhadap tingkat kinerja dari atribut satpam dapat dilihat pada Tabel 4.

Atribut Areal Parkir

Areal parkir bagi sebagian orang yang memiliki kendaraan pribadi menjadi pertimbangan saat datang berkunjung ke suatu objek wisata. Kemudahan pengunjung untuk memarkir kendaraan mereka serta luasnya areal parkir menjadi perhatian pihak pengelola. Hasil penelitian menunjukkan sebanyak 1% responden menyatakan bahwa atribut areal parkir menjadi kurang penting dan 44%

responden menyatakan atribut penting bagi pengunjung. Nilai indeks yang diperoleh dari tingkat kepentingan atribut areal parkir sebesar 4,07 menunjukkan bahwa atribut dirasa penting bagi pengunjung. Penilaian pengunjung terhadap tingkat kepentingan atribut areal parkir dapat dilihat pada Tabel 4.

Berdasarkan tingkat kinerja atribut diperoleh hasil sebanyak 54% responden menyatakan sudah cukup puas atas kinerja atribut tersebut dan sebanyak 3% responden menyatakan sudah sangat puas dengan kinerja atribut areal parkir. Indeks kinerja yang diperoleh dari atribut ini sebesar 3,41 menunjukkan nilai dari kinerja atribut sudah memuaskan pengunjung Sea World Indonesia. Penilaian pengunjung terhadap kinerja atribut Sea World Indonesia dapat dilihat pada Tabel 4.

Atribut Toilet

Hasil penelitian terhadap tingkat kepentingan atribut toilet menunjukkan sebanyak 1% responden menyatakan bahwa atribut ini tidak penting dan 45% responden menyatakan atribut penting. Nilai indeks yang diperoleh dari tingkat kepentingan atribut ini sebesar 4,31 nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut menjadi sangat penting bagi pengunjung. Penilaian terhadap tingkat kepentingan atribut dapat dilihat pada Tabel 4. Hasil dari tingkat kinerja yang dihasilkan dari atribut toilet menunjukkan, dari 100 responden sebanyak 1% menyatakan tidak puas atas kinerja atribut toilet. Dan 57% menyatakan bahwa kinerja yang diterima dari atribut ini sudah dapat memuaskan. Dilihat dari indeks kinerja, atribut ini memperoleh nilai sebesar 3,6 menunjukkan bahwa atribut sudah dapat memuaskan pengunjung. Penilaian pengunjung terhadap tingkat kinerja atribut toilet dapat dilihat pada Tabel 4.

Atribut Akses Menuju Lokasi

Lokasi Sea World Indonesia yang berada di wilayah Taman Impian Jaya Ancol terletak di kawasan wisata Ancol Jakarta Utara. Lokasi yang mudah dicapai menjadikan salah satu pertimbangan bagi pengunjung suatu objek wisata. Hasil menunjukkan sebanyak 3% responden menyatakan bahwa atribut akses lokasi tidak penting, 3% responden menyatakan bahwa atribut dirasa kurang penting dan 41% responden menyatakan atribut menjadi sangat penting. Hasil dari indeks kepentingan sebesar 4,13 menunjukkan bahwa atribut menjadi penting. Penilaian pengunjung terhadap tingkat kepentingan atribut akses menuju lokasi dapat dilihat pada Tabel 4.

Berdasarkan tingkat kinerja yang dihasilkan dari atribut akses menuju lokasi sebanyak 1% responden menyatakan tidak puas atas kinerja atribut dan 48% responden menyatakan sudah puas atas kinerja atribut. Untuk indeks kinerja atribut, akses menuju lokasi memperoleh nilai sebesar 3,51 menunjukkan bahwa kinerja dari atribut sudah memuaskan pengunjung Sea World Indonesia. Penilaian pengunjung terhadap tingkat kinerja atribut akses menuju lokasi dapat dilihat pada Tabel 4.

Diagram Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Atribut Kepuasan Sea World Indonesia

Melalui perhitungan diperoleh titik potong sumbu \bar{X} berada pada poin 3,57 dan untuk sumbu \bar{Y} berada pada titik 4,22 sehingga titik potong dari diagram Kartesius berada pada titik (3,57, 4,22). Titik-titik yang ada akan menempati posisi yang berbeda pada wilayah kuadran yang berbeda pula. Diagram kartesius dibagi menjadi empat kuadran yaitu kuadran 1 (*attributes to improve*), kuadran 2 (*maintain performances*), kuadran 3 (*attributes to maintain*) dan kuadran 4 (*main priority*). Gambar 2 menunjukkan posisi-posisi atribut kepuasan pengunjung Sea World Indonesia.

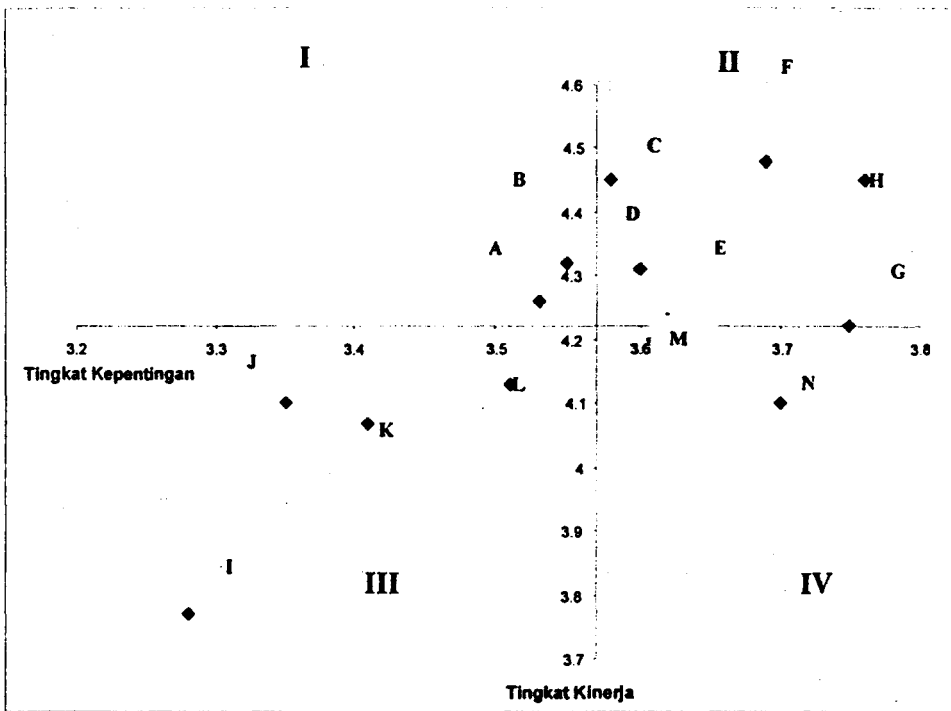
Atribut yang berada di kuadran satu adalah atribut keragaman akuarium air laut (3,53,4,26) dan papan nama setiap spesies (3,55,4,32), sedangkan atribut yang berada di kuadran dua adalah atribut satpam (3,62,4,23), atribut toilet (3,60,4,31), atribut kenyamanan lokasi (3,58,4,45), atribut kebersihan lokasi (3,69,4,48), kolam sentuh (3,69,4,48) dan atribut keamanan lokasi (3,76,4,45). Untuk atribut yang masuk kedalam kuadran tiga adalah harga tiket masuk (3,28,3,77), selanjutnya atribut areal parkir (3,41,4,07), atribut keragaman akuarium air tawar (3,35,4,10) dan atribut akses menuju lokasi (3,51,4,13). Atribut yang berada pada kuadran empat adalah atribut akuarium utama (3,61,4,20) dan atribut akuarium duyung (3,71,4,10).

Tabel 4. Penilaian Pengunjung Terhadap Tingkat Kepentingan Atribut dan Tingkat Kinerja Atribut Sea World Indonesia

No	Atribut	TP	KP	CP	P	SP	Skor	Nilai Indeks	Ranking	TP	KP	CP	P	SP	Skor	Nilai Indeks	Ranking
1	Keragaman akuarium air laut	0	0	5	64	31	426	4.26	6	6	3	32	50	9	353	3.53	10
2	Keragaman akuarium air tawar	0	2	9	66	23	410	4.10	11	6	8	39	39	8	335	3.35	13
3	Aquarium Utama	0	3	8	55	34	420	4.20	9	6	8	28	35	23	361	3.61	6
4	Aquarium duyung	1	3	11	55	30	410	4.10	12	1	7	34	37	21	370	3.7	3
5	Kolam Sentuh	0	4	8	50	38	422	4.22	8	2	8	28	37	25	375	3.75	2
6	Papan nama setiap spesies	0	0	6	56	38	432	4.32	4	4	11	26	44	15	355	3.55	9
7	Harga Tiket Masuk	1	9	25	42	23	377	3.77	14	4	8	50	32	6	328	3.28	14
8	Kebersihan Lokasi	0	0	6	40	54	448	4.48	1	0	6	29	55	10	369	3.69	4
9	Kenyamanan Lokasi	0	0	7	41	52	445	4.45	2	1	8	32	50	9	358	3.58	8
10	Keamanan Lokasi	1	0	6	39	54	445	4.45	3	0	0	35	54	11	376	3.76	1
11	Areal Parkir	2	1	19	44	34	407	4.07	13	0	4	54	39	3	341	3.41	12
12	Satpam	3	1	10	42	44	423	4.23	7	0	1	43	49	7	362	3.62	5
13	Toilet	1	0	10	45	44	431	4.31	5	1	5	32	57	5	360	3.6	7
14	Akses Menuju Lokasi	3	3	13	40	41	413	4.13	10	1	7	38	48	6	351	3.51	11
Rata-rata								4.22									3.32

Sumber : Data Primer 2005

Keterangan : TP = Tidak penting (bobot 1)
 KP = Kurang penting (bobot 2)
 CP = Cukup penting (bobot 3)
 P = Penting (bobot 4)
 SP = Sangat penting (bobot 5)



Sumber : Data Primer 2005

Gambar 2. Posisi Atribut-atribut Kepuasan Pengunjung Sea World Indonesia

Keterangan :

A = Keragaman Akuarium Air Laut
 B = Papan Nama Spesies
 C = Kenyamanan Lokasi
 D = Toilet
 E = Satpam
 F = Kebersihan Lokasi
 G = Kolam Sentuh
 H = Keamanan Lokasi

I = Harga Tiket
 J = Keragaman Akuarium Air Tawar
 K = Areal Parkir
 L = Akses Menuju Lokasi
 M = Akuarium Utama
 N = Akuarium Duyung

Strategi Peningkatan Atribut Kepuasan Pengunjung Sea World Indonesia

Strategi yang dapat dilakukan perusahaan berkenaan dengan posisi masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Kuadran 1 (Prioritas utama)

Kuadran satu merupakan wilayah yang memuat atribut-atribut yang dirasakan penting oleh pengunjung tetapi pada kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung (tingkat kepuasan yang diterima masih sangat rendah). Atribut yang berada pada kuadran ini harus ditingkatkan kinerjanya. Adapun atribut yang masuk dalam wilayah ini adalah atribut keragaman akuarium air laut (3.53,4.26) dan atribut papan nama setiap spesies (3.55,4.32). Atribut keragaman akuarium air laut ternyata dianggap responden sebagai atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, sedangkan kinerja yang dihasilkan masih berada di bawah rata-rata nilai indeks kepuasan. Dapat dikatakan bahwa atribut ini memiliki kinerja yang kurang memuaskan bagi pengunjung. Kinerja atribut ini dapat ditingkatkan dengan cara menambahkan biota laut untuk ditempatkan ke dalam akuarium atau *tank-tank* kecil. Biota-biota tersebut sebaiknya jenis-jenis ikan laut dengan ukuran kecil hingga sedang yang berasal dari perairan Indonesia.

Atribut berikutnya adalah atribut papan nama spesies. Papan nama setiap spesies yang ada pada setiap akuarium tentunya akan sangat membantu pengunjung dalam memahami objek yang dilihatnya, tetapi pada kenyataannya dengan tingkat kepentingan yang tinggi kinerja atribut ini masih kurang memuaskan. Semua spesies yang ada di Sea World Indonesia mempunyai penjelasan yang cukup detail pada setiap papan namanya. Untuk itu sebaiknya pihak pengelola membuat papan nama spesies yang dapat menarik perhatian pengunjung, permainan warna dan bentuk dari tulisan dapat membantu untuk menarik perhatian pengunjung.

2) Kuadran 2 (Kekuatan Perusahaan)

Wilayah pada kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pengunjung dan pada kenyataannya atribut ini sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung sehingga tingkat kepuasan yang diterima pengunjung relatif lebih tinggi. Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini harus tetap dipertahankan karena atribut-atribut tersebut yang menjadikan perusahaan unggul dimata pengunjung. Atribut yang masuk kedalam wilayah ini adalah atribut satpam (3.62,4.23), atribut toilet (3.60,4.31), atribut kenyamanan lokasi (3.58,4.45), atribut kebersihan lokasi (3.69,4.48), atribut kolam sentuh (3.75,4.22) dan atribut keamanan lokasi (3.76,4.45).

Atribut pertama dari wilayah ini adalah satpam. Bagi pengunjung kondisi keamanan negara yang tidak stabil menyisakan trauma tersendiri saat datang mengunjungi suatu objek wisata. Untuk itulah keberadaan satuan keamanan menjadi sangat penting. Jumlah personel yang memadai sebanyak 25 orang menjadikan keamanan Sea World Indonesia terjaga, hal ini pulalah yang menjadikan atribut satpam sebagai kekuatan yang dimiliki perusahaan.

Atribut selanjutnya yang berada pada kuadran dua adalah atribut toilet. Keberadaan atribut toilet di Sea World Indonesia dianggap sebagai salah satu atribut yang penting bagi pengunjung dan pada kenyataannya tingkat kinerja dari atribut ini sangat baik. Terdapat dua toilet di Sea World Indonesia, satu toilet berada di dalam ruangan utama, sedangkan satu toilet berada di luar ruangan utama. Keberadaan toilet di dalam serta di luar ruangan utama tentunya memudahkan pengunjung kapan saja mereka ingin kebelakang. Kebersihan serta kelengkapan fasilitas di toilet Sea World Indonesia juga mempengaruhi kinerja dari atribut ini sehingga sudah mampu memuaskan pengunjung.

Atribut kenyamanan lokasi tentunya menjadi salah satu pertimbangan pengunjung saat datang ke Sea World Indonesia. Kenyamanan yang ditawarkan pihak pengelola dapat dikatakan sangat baik. Sebagai objek wisata dalam ruangan, kenyamanan dari lokasi menjadi perhatian dari pihak pengelola. Ruangan yang ditata dengan sebaik mungkin diharapkan memberikan kenyamanan bagi pengunjung, ditambah lagi dengan adanya pendingin ruangan menjadikan ruangan semakin lebih nyaman.

Atribut kebersihan lokasi menjadi atribut keempat yang masuk dalam kuadran ini. Kebersihan lokasi dirasakan sebagai atribut yang dianggap penting oleh pengunjung dan kinerja yang diberikan oleh atribut ini sudah memuaskan. Pihak pengelola mampu menjadikan kebersihan lokasi sebagai salah satu kekuatan perusahaan. Kesigapan dari petugas kebersihan dalam menjalankan tugasnya sangat mempengaruhi kebersihan lokasi dan kondisi di lapangan menunjukkan bahwa kebersihan lokasi Sea World Indonesia memiliki kinerja yang memuaskan.

Atribut kolam sentuh atau kolam sahabat laut menawarkan hal yang belum pernah ada di dunia hiburan Indonesia. Kelebihan dari atribut kolam sentuh adalah pengunjung dapat menyentuh dan memegang hewan-

hewan air yang ada. Kolam ini dihuni oleh lima spesies hewan air laut, yaitu penyu hijau, ikan pari burung, bintang laut, timun laut dan hiu sirip hitam. Pengunjung baik anak-anak maupun usia dewasa sangat menikmati kebebasan untuk menyentuh hewan-hewan yang ada. Atribut ini juga menjadi salah satu favorit pengunjung saat datang ke Sea World Indonesia. Oleh karena itu pihak pengelola harus mampu mempertahankan kualitas pelayanan dari atribut ini.

Atribut terakhir yang menempati wilayah ini adalah atribut keamanan lokasi. Terkait dengan atribut satpam, atribut keamanan juga dirasakan sebagai salah atribut yang dianggap penting bagi pengunjung. Penempatan petugas keamanan di titik-titik yang dianggap rawan oleh pihak pengelola merupakan langkah yang tepat. Selain itu kesigapan dan keramahan petugas dibuktikan pada saat menjalankan tugas. Kemampuan petugas keamanan dalam mengatasi terjadinya kepadatan pengunjung dianggap sebagai salah satu faktor yang dapat memberikan rasa aman bagi pengunjung di lokasi Sea World Indonesia.

3) Kuadran 3 (Prioritas rendah)

Kuadran ketiga memuat atribut-atribut yang memiliki *importance* dan *performance* yang relatif rendah. Atribut yang masuk kedalam kuadran ini perlu diperhatikan dan dikelola dengan serius oleh pihak Sea World Indonesia, karena ketidakpuasan pelanggan dapat berawal dari atribut-atribut ini. Atribut yang masuk kedalam kuadran tiga adalah atribut harga tiket masuk (3.28,3.77), selanjutnya atribut areal parkir (3.41,4.07), atribut keragaman akuarium air tawar (3.35,4.10) dan atribut akses menuju lokasi (3.51,4.13).

Atribut pertama yang berada di wilayah ini adalah harga tiket masuk. Tingkat kepentingan dari harga tiket berada dibawah rata-rata indeks kepentingan. Padahal pada kenyataannya kinerja yang dihasilkan oleh atribut ini masih rendah. Pihak pengelola harus mampu menyikapi masalah ini dengan serius. Harga tiket yang tidak menjadi permasalahan bagi responden dikarenakan responden yang datang berkunjung berasal dari kalangan ekonomi menengah keatas dan hal ini menurut pihak pengelola sesuai dengan target pasar yang ditetapkan, tetapi menurut pengunjung seharusnya harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima oleh pengunjung. Untuk itulah seharusnya pihak pengelola terus melakukan inovasi dan meningkatkan kreatifitasnya.

Atribut berikutnya adalah areal parkir. Bagi pemilik kendaraan pribadi, baik roda dua maupun roda empat, areal parkir menjadi tempat yang penting untuk menyimpan dan menjaga keamanan kendaraan. Untuk ukuran sebuah objek wisata areal parkir yang dimiliki Sea World Indonesia masih terbilang sempit, terutama untuk areal parkir kendaraan roda dua. Walaupun jarak antara areal parkir dengan lokasi tidak jauh, tetapi di pelataran parkir Sea World Indonesia tidak terdapat pohon-pohon yang rindang dan tidak ada tempat duduk untuk beristirahat, sehingga jika kebetulan pengunjung memarkir kendaraan agak jauh maka anggota keluarganya harus berdiri untuk menunggu mobil tersebut datang. Ketidaknyamanan ini sangat terasa apabila cuaca terik ataupun hujan. Untuk itu pihak pengelola diharapkan dapat menambah wilayah penghijauannya hingga areal parkir dan memasang bangku-bangku yang dipasang tenda kecil agar saat menunggu pengunjung tidak perlu berdiri lama dibawah terik matahari atau guyuran hujan.

Atribut ketiga adalah atribut keragaman akuarium air tawar. Gambaran perairan air tawar yang dimulai dari hulu, hilir, muara dan bermuara di laut dicoba untuk digambarkan oleh pihak pengelola. Ternyata bagi pengunjung keragaman akuarium air tawar menjadi atribut yang cukup penting, sedangkan pada kenyataannya apa yang diharapkan pengunjung dari atribut ini belum sesuai dengan yang diterima. Jumlah biota air tawar yang dipertunjukkan pihak pengelola memang terbilang sedikit karena memang keragaman biota air tawar tidak menjadi fokus pihak pengelola, tetapi biota air tawar yang ada di Sea World Indonesia sudah cukup mewakili perairan-perairan yang dicoba untuk digambarkan. Jalan yang dapat dilakukan oleh pengelola untuk atribut ini adalah dengan menekankan konsep siklus air dan memberikan pemahaman kepada pengunjung diharapkan tidak terjadi lagi salah persepsi dari pengunjung mengenai keberadaan ikan-ikan air tawar di objek wisata Sea World Indonesia.

Atribut terakhir yang masuk dalam kuadran ini adalah atribut akses menuju lokasi. Keberadaan objek wisata pada wilayah yang strategis tentunya akan memudahkan akses pengunjung menuju objek wisata tersebut. Kemudahan untuk mencapai lokasi akan mempersingkat waktu perjalanan yang harus ditempuh dan menghemat bahan bakar yang digunakan. Bagi pengunjung yang menggunakan angkutan umum akses menuju lokasi wisata dikatakan mudah jika tempat tersebut dapat dituju dengan berbagai jenis kendaraan. Pemilihan tempat di kawasan Taman Impian Jaya Ancol menurut pihak pengelola sudah tepat, tetapi menurut pengunjung pemilihan lokasi di ujung utara Jakarta masih terasa menyulitkan dan cukup jauh bagi pengunjung luar Jakarta. Tetapi saat ini akses menuju lokasi terasa semakin mudah dengan adanya jalan bebas hambatan Tol Dalam Kota Jakarta. Dari jalan bebas hambatan pengunjung dapat langsung keluar pintu tol dan mengambil jalan masuk dari pintu Ancol III. Lokasi dapat diakses dari arah Kota dan Tanjung Priok. Untuk semakin memudahkan pengunjung tanda panah menuju lokasi harus lebih diperhatikan terutama bagi pengunjung dari luar kota. Sedangkan bagi pengunjung yang tidak memiliki kendaraan pribadi peningkatan fasilitas seperti pengadaan mobil gratis menuju Sea World Indonesia diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

4) Kuadran 4 (Berlebihan)

Wilayah kuadran empat memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting bagi pengunjung dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut yang masuk kedalam kuadran ini memiliki kinerja yang sangat baik walaupun dianggap kurang penting bagi pengunjung. Atribut-atribut yang masuk kedalam wilayah ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya. Atribut tersebut adalah atribut atribut akuarium utama (3.61,4.20) dan akuarium duyung (3.71,4.10).

Atribut yang pertama dari kuadran ini adalah akuarium utama. Akuarium terbesar di Asia Tenggara ini diisi oleh sebanyak 500 ekor hewan laut. Keberadaan hewan-hewan ini yang menjadi ciri khas dari Sea World Indonesia sendiri. Pengunjung dapat melihat ikan pari emas dengan diameter 3.6 m sebagai pari terbesar penghuni akuarium. Selain itu pengunjung juga dapat melihat ikan hiu. Faktor lain yang memanjakan pengunjung adalah acara pemberian makan ikan secara langsung selama 25 menit. Selama acara pemberian makan biasanya penyelam akan mengajak ikan-ikan tersebut melakukan atraksi sebelum akhirnya mendapatkan makanan.

- 5) Atribut selanjutnya adalah akuarium duyung, sebagai salah satu mamalia laut yang terkenal. Keberadaan duyung di Sea World Indonesia tentunya sangat membantu pemahaman yang selama ini salah persepsi mengenai duyung yang sebenarnya. Duyung yang bernama Dulah ini selalu menjadi perhatian pengunjung terutama anak-anak. Begitu terariknya mereka memperhatikan setiap detail dari mamalia laut ini. Sayangnya duyung yang menghuni akuarium Sea World Indonesia tinggal seekor, pasangannya mati karena sakit. Pihak pengelola berencana menambah satu ekor duyung lagi untuk menghibur penonton. Pengunjung tidak hanya melihat duyung berenang-renang, tapi pada jam-jam tertentu ada pemberian makan duyung oleh penyelam Sea World Indonesia. Bagi pengunjung yang belum pernah melihat sebelumnya, sangat menikmati acara ekstra ini. Pengunjung dapat melihat bagaimana cara makan duyung, terkadang penyelam juga meminta duyung melakukan atraksi sebelum duyung mendapatkan makanannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari penelitian tingkat kepuasan pengunjung Sea World Indonesia dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Atribut yang memberikan kepuasan pengunjung Sea World Indonesia adalah atribut keragaman akuarium air laut, keragaman akuarium air tawar, akuarium utama, akuarium duyung, kolam sentuh, harga tiket masuk, papan nama setiap spesies, kebersihan lokasi, kenyamanan lokasi, keamanan lokasi, areal parkir, satpam, toilet dan akses menuju lokasi.
2. Berdasarkan kinerja atribut menunjukkan atribut harga tiket masuk, keragaman akuarium air tawar dan areal parkir memberikan kepuasan yang masih rendah. Untuk atribut dengan tingkat kepuasan sedang adalah atribut keragaman akuarium air laut, akuarium utama, papan nama setiap spesies, kenyamanan lokasi, toilet dan akses menuju lokasi. Atribut akuarium duyung, kolam sentuh, kebersihan lokasi, keamanan lokasi dan satpam sudah memberikan kepuasan yang tinggi bagi pengunjung. Secara keseluruhan atribut objek wisata Sea World Indonesia sudah memberikan kepuasan bagi pengunjung.
3. Prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dilakukan terhadap atribut yang berada pada kuadran satu yaitu atribut keragaman akuarium air laut dan atribut papan nama spesies yang ada di setiap akuarium.

Saran

Saran yang dapat diberikan kepada pihak pengelola objek wisata Sea World Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Pihak manajemen sebaiknya menambah jumlah dan jenis biota pada akuarium air laut terutama biota dari perairan estuari.
2. Pihak manajemen sebaiknya membuat papan nama spesies di setiap akuarium dengan tepat, bahasa yang mudah dimengerti terutama untuk anak-anak serta disesuaikan dengan spesies yang ada, terutama pada akuarium utama. Pihak manajemen sebaiknya juga memberikan informasi yang lebih lengkap mengenai spesies yang ditampilkan termasuk didalamnya adalah klasifikasi taksonomi dari setiap spesies.
3. Mengaktifkan kembali kotak saran dan kritik sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dengan pengunjung Sea World Indonesia.
4. Meningkatkan pelayanan terutama keramahan dari petugas *front liner*, serta kesigapan dari *education guide* dalam membantu pengunjung.
5. Mengadakan kerjasama dengan Pemda DKI Jakarta untuk mempromosikan Sea World baik di dalam maupun luar negeri sebagai objek wisata akuatik terbesar dan terbaik di Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Biro Pusat Statistik. 2001. *Jumlah kunjungan dan Perolehan Devisa dari Wisatawan Asing ke Indonesia Tahun 1997-2001*. Jakarta: Biro Pusat Statistik.
- Engel JF, Roger DB, Paul WM. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Penerjemah Budiyanto, FX. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fauzi A. 2001. *Prinsip-Prinsip Penelitian Sosial Ekonomi*. [Panduan Singkat]. (Tidak Dipublikasikan). Bogor. Institut Pertanian Bogor. Fakultas Perikanan-Ilu Kelautan. Departemen Sosial Ekonomi Perikanan.
- Ginting. 2000. *Analisis Kepuasan Lembaga Belajar ABC*. [Skripsi]. (Tidak Dipublikasikan). Bogor. Institut Pertanian Bogor. Fakultas Pertanian. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Pertanian.

- Irawan Handi. 2000. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kasali, R. 2000. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Penterjemah Hendra T, Ronny, Benyamin M. Jakarta: PT Prènhallindo.
- Umar, H. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Cetakan Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Zabidi Y. 2002. *Ami-Costumer Satisfaction Measurement and Management; Sebuah Teknik Dalam Pengukuran Kepuasan Konsumen*. <http://www.yahoo.com> [23 Desember 2004].
- Simamora B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Supranto J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.